

Publicidad digital de fórmulas y alimentos infantiles: se registraron en menos de un año más de 1,000 posibles infracciones en contra del bienestar de la niñez

- *A 45 años de su adopción, el incumplimiento del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna (Código) persiste de forma sistemática y generalizada, particularmente a través de plataformas y entornos digitales*

Ciudad de México, 21 de mayo de 2026. En el marco del aniversario de la adopción del Código, se presentó el **Primer Informe de Infracciones al Código en México**, una radiografía que evidencia la magnitud y persistencia de las prácticas de comercialización de fórmulas y alimentos infantiles que socavan la lactancia materna en el país.

El informe, basado en datos recopilados entre abril de 2025 y enero de 2026, documenta más de 1,000 presuntas infracciones en plataformas digitales, lo que confirma que el incumplimiento del Código es una práctica generalizada, no un hecho aislado.

México enfrenta un contexto crítico: sólo el 34.2% de las y los bebés reciben lactancia materna exclusiva durante los primeros seis meses, una de las prevalencias más bajas de América Latina. En paralelo, el mercado de sucedáneos de la leche materna alcanza a nivel mundial los 536 millones de dólares anuales, impulsado por estrategias de marketing cada vez más frecuentes, sofisticadas y poco éticas. Estas prácticas no solo vulneran el Código, sino que debilitan los esfuerzos de la salud pública para promover una mejor alimentación para niñas y niños, ya que influyen en la confianza de las madres y familias para amamantar.

El marketing digital de fórmulas y alimentos infantiles: un desafío creciente

El monitoreo muestra que las redes sociales, sitios web y plataformas digitales se han convertido en espacios clave para la promoción indebida de fórmulas y alimentos infantiles. Entre las prácticas destacan:

- Publicidad directa y encubierta dirigida a madres, padres y personas cuidadoras.
- Declaraciones nutricionales y de salud sin respaldo científico.
- Estrategias que idealizan a las fórmulas comerciales infantiles y debilitan la confianza en la lactancia.

- Contacto directo con familias mediante clubes, líneas de atención y contenidos de crianza patrocinados por las mismas empresas.

Entre las empresas con mayor número de infracciones detectadas se encuentran algunas de las principales comercializadoras del sector como Nestlé, Mead Johnson y Abbott.

Tecnología e inteligencia artificial para fortalecer el monitoreo y evidenciar el incumplimiento del Código

Código Lactancia México es una plataforma innovadora que combina inteligencia artificial y participación ciudadana para identificar y reportar posibles incumplimientos del Código relacionados con la promoción de fórmulas y alimentos infantiles. Sus resultados muestran el potencial de contar, por primera vez en México, con un sistema de vigilancia continua en entornos digitales, al tiempo que fortalecen el involucramiento de la sociedad civil en la detección y denuncia de prácticas de comercialización y marketing inadecuadas en medios físicos y digitales.

Un esfuerzo colectivo multisectorial

Código Lactancia es resultado de la articulación entre el gobierno, la sociedad civil, la academia y organismos internacionales como UNICEF para enfrentar la promoción indebida de sucedáneos de la leche materna.

Este trabajo colaborativo refleja un consenso: proteger la lactancia materna es un asunto de interés público, de derechos humanos, y de salud pública que requiere un marco regulatorio sólido, acciones coordinadas y un cumplimiento efectivo.

Un llamado urgente a la acción

El informe advierte que México cuenta con capacidades institucionales y evidencia suficiente para identificar a las empresas que infringen el Código; sin embargo, la insuficiente aplicación de la normatividad vigente permite que las infracciones continúen sin consecuencias.

Entre las acciones prioritarias se encuentran:

- Fortalecer los mecanismos de monitoreo y vigilancia del cumplimiento del Código, incluida la plataforma Código Lactancia
- Aplicar de manera oportuna sanciones efectivas y disuasorias a quienes incumplan el Código

- Fortalecer la regulación del marketing digital de fórmulas y alimentos infantiles.
- Incrementar la sensibilización pública, así como de autoridades y personal de salud sobre el impacto de la publicidad en las decisiones de alimentación infantil.
- Garantizar la rendición de cuentas de las plataformas digitales.
- Asignar recursos institucionales específicos para la implementación de mecanismos de monitoreo del Código

Proteger la lactancia materna es proteger el derecho de cada niña y niño a un inicio de vida saludable y no debe de ser una elección condicionada por la publicidad.

Para conocer más detalles del informe, consulta: *Código Lactancia*:
https://codigolactancia.org.mx/api/static/upload_mexico_pdf/21052026_Codigo%20Mexico_Interactive_ver3.pdf

Para conocer más sobre la plataforma *Código Lactancia*:
<https://codigolactancia.org.mx/>